

STRATEGI PERUSAHAAN DALAM PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PT. DJARUM TERHADAP LINGKUNGAN EKSTERNAL

Erwin Anggriawan

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya (UNESA), Surabaya, Indonesia

Email : Erwin_roker@yahoo.com/ Telp : +62 857 357 236 92

Abstract:

Corporate Social Responsibility (CSR) is the embodiment of corporate responsibility towards society and the surrounding environment. Implementation of CSR is growing rapidly, including in Indonesia, in response to the corporate world who see environmental and social aspects as an opportunity to improve competitiveness as well as part of risk management, to the sustainability of its business. National tobacco companies that produce products controversial, are also committed to contributing to CSR. As one cigarette company in Indonesia, PT Djarum has implemented several CSR programs such as Djarum Foundation Program, Social Service Djarum Foundation, Djarum Bakti Sports Foundation, Fondation Djarum Bakti Environment, Djarum Bakti Education Foundation, Fondation Djarum Bakti Budaya. The research concludes with the CSR program can directly provide power to the PT. Djarum in his efforts.

Key words:

Corporare Social Responsibility, Programs Corporate Social Responsibility

PENDAHULUAN

Pembangunan di daerah merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dititik beratkan pada pembangunan ekonomi dengan peningkatan taraf hidup masyarakat. Dalam usaha meningkatkan taraf dan kualitas hidup masyarakat di daerah perlu di gali cara-cara pengelolaan usaha yang tepat. Dalam pendekatan pembangunan, maka tuntutan akan partisipasi masyarakat telah merubah paradigma mengenai posisi masyarakat dalam proses pembangunan. Masyarakat tidak lagi ditempatkan sebagai objek, tetapi juga terlibat mulai dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan hingga pertanggungjawabannya. Pendekatan ini menyadari betapa pentingnya kapasitas masyarakat untuk meningkatkan kemandirian dan kemampuan internalnya atas segala sumber daya yang dimilikinya. Model semacam ini sangat menekankan pentingnya pemberdayaan serta inisiatif rakyat sebagai inti dari sumber daya pembangunan.

Hal tersebut mendorong adanya upaya pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, yang bukan hanya sebagai tanggung jawab pemerintah daerah akan tetapi juga menjadi tanggung jawab pelaku usaha baik dalam skala menengah maupun besar, hendaknya tercipta hubungan yang harmonis sehingga terwujud sinergi. Para pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan dan lapangan usahanya, melainkan mereka juga diminta untuk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosialnya.

Salah satu kontribusi positif pelaku usaha terhadap lingkungan sosialnya adalah melalui kewajiban tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility* atau CSR) Pemerintah sebagai regulator telah memasukkan CSR sebagai kewajiban perusahaan dalam Undang-undang Perlindungan dan

Pengelolaan Lingkungan Hidup, Undang-undang Ketenagakerjaan, Undang-undang Badan Usaha Milik Negara, Undang-undang Penanaman Modal, Undang-undang Perseroan Terbatas, dan Undang-undang Minerba dan lain sebagainya.

Contoh bentuk tanggungjawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya. CSR timbul sejak era dimana kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar *profitability*.

Penerapan CSR bukanlah hal yang mudah dalam arti menetapkan program asal jalan, asal sumbang, asal bangun dan asal ada anggaran, yang ada pada akhirnya malah merusak kapital sosial masyarakat. CSR dilakukan berdasarkan pertimbangan matang sesuai kebutuhan masyarakat bukan keinginan masyarakat. Keinginan membenahi pola pelaksanaan CSR perusahaan, salah satu langkanya adalah melakukan koordinasi dan sinkroisasi program yang sejalan didasarkan basis data dan kebutuhan yang terukur. Selain itu pemerintah wajib melakukan evaluasi sejauhmana pelaksanaan CSR yang perusahaan lakukan, sudah memberdayakan masyarakat lokal atau malah membuat dependensi baru, lalu Pemda memberikan catatan perbaikannya dalam bentuk rekomendasi yang sifatnya berkelanjutan sehinggha pengembangan dan pemberdayaan masyarakat

dari kontribusi perusahaan melalui dana CSR agar dapat dikelola secara optimal, direncanakan, dilaksanakan, diawasi serta dapat dipertanggungjawabkan secara profesional.

Salah satunya perusahaan besar seperti PT. Djarum merupakan salah satu dari tiga perusahaan rokok terbesar di Indonesia (dua lainnya adalah Gudang Garam dan HM Sampoerna) dan merupakan penyumbang cukai yang besar bagi APBN Indonesia. Seperti yang kita ketahui sebelumnya, bahwa perusahaan rokok dalam memasarkan produknya sendiri banyak mengundang kontroversi, dimana dalam bahan produksinya mengandung bahan nikotin dan sejenisnya yang berbahaya bagi konsumennya. Namun yang jadi pertanyaan bagi penulis “mengapa perusahaan yang menjual produk berbahaya bagi kesehatan masih tetap berdiri dengan kokoh”. Melihat fakta tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa peran PT. Djarum dalam CSR sangat besar sehingga penulis tertarik untuk menganalisa munculnya rasa simpatik dan program apa saja yang telah diberikan kepada masyarakat terhadap lingkungan eksternalnya.

KAJIAN PUSTAKA

Corporate Social Responsibility adalah bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan eksternal perusahaan melalui berbagai kegiatan yang dilakukan dalam rangka penjagaan lingkungan, norma masyarakat, partisipasi pembangunan, serta berbagai bentuk tanggung jawab sosial lainnya. Apa yang dilakukan PT. Djarum dengan Djarum Fondation-nya merupakan bentuk kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan, masyarakat, dan sebagai investasi sosial perusahaan.

Setidaknya ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha mesti merespon dan mengembangkan tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya.

1. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat.
2. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme.
3. Kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial.

Dimana perusahaan yang menerapkan hal ini akan lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat lokal yang akan menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain itu juga dapat menciptakan peluang-peluang sosial-ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja, dan dapat membangun citra positif bagi perusahaan.

Hal ini dibuktikan dengan Hasil Survey “The Millenium Poll on CSR” (1999) yang dilakukan oleh Environics International (Toronto), Conference Board (New York) dan Prince of Wales Business Leader Forum (London) di antara 25.000 responden dari 23 negara menunjukkan bahwa dalam membentuk opini tentang perusahaan, 60% mengatakan bahwa etika bisnis, praktik terhadap karyawan, dampak terhadap lingkungan, yang merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) akan paling berperan. Sedangkan bagi 40% lainnya, citra perusahaan & *brand image*-lah yang akan paling memengaruhi kesan mereka. Hanya 1/3 yang mendasari opininya atas faktor-faktor bisnis

fundamental seperti faktor finansial, ukuran perusahaan, strategi perusahaan, atau manajemen.

Lebih lanjut, sikap konsumen terhadap perusahaan yang dinilai tidak melakukan CSR adalah ingin “menghukum” (40%) dan 50% tidak akan membeli produk dari perusahaan yang bersangkutan dan/atau bicara kepada orang lain tentang kekurangan perusahaan tersebut. Secara umum, alasan terkait bisnis untuk melaksanakan biasanya berkisar satu ataupun lebih dari argumentasi di bawah ini:

Sumberdaya Manusia

Program CSR dapat berwujud rekrutmen tenaga kerja dan memperjalkan masyarakat sekitar. Lebih jauh lagi CSR dapat dipergunakan untuk menarik perhatian para calon pelamar pekerjaan, terutama sekali dengan adanya persaingan kerja di antara para lulusan. Akan terjadi peningkatan kemungkinan untuk ditanyakannya kebijakan CSR perusahaan, terutama pada saat perusahaan merekrut tenaga kerja dari lulusan terbaik yang memiliki kesadaran sosial dan lingkungan. Dengan memiliki suatu kebijakan komprehensif atas kinerja sosial dan lingkungan, perusahaan akan bisa menarik calon-calon pekerja yang memiliki nilai-nilai progresif. CSR dapat juga digunakan untuk membentuk suatu atmosfer kerja yang nyaman di antara para staf, terutama apabila mereka dapat dilibatkan dalam kegiatan-kegiatan yang mereka percayai bisa mendatangkan manfaat bagi masyarakat luas, baik itu bentuknya “penyisihan gaji”, “penggalangan dana” ataupun kesukarelawanan (*volunteering*) dalam bekerja untuk masyarakat.

Manajemen Risiko

Manajemen resiko merupakan salah satu hal paling penting dari strategi perusahaan. Reputasi yang dibentuk dengan susah payah selama bertahun-tahun dapat musnah dalam sekejap melalui insiden seperti skandal korupsi atau tuduhan melakukan perusakan lingkungan hidup. Kejadian-kejadian seperti itu dapat menarik perhatian yang tidak diinginkan dari penguasa, pengadilan, pemerintah dan media massa. Membentuk suatu budaya kerja yang “mengerjakan sesuatu dengan benar”, baik itu terkait dengan aspek tata kelola perusahaan, sosial, maupun lingkungan—yang semuanya merupakan komponen CSR—pada perusahaan dapat mengurangi risiko terjadinya hal-hal negatif tersebut.

Membedakan Merek

Perusahaan berupaya keras untuk membuat suatu cara penjualan yang unik di tengah hiruk pikuknya pasar maka sehingga dapat membedakan produknya dari para pesaingnya di benak konsumen. CSR dapat berperan untuk menciptakan loyalitas konsumen atas dasar nilai khusus dari etika perusahaan yang juga merupakan nilai yang dianut masyarakat. Menurut Philip Kotler dan Nancy Lee, setidaknya ada dua jenis kegiatan CSR yang bisa mendatangkan keuntungan terhadap merek, yaitu *corporate social marketing* (CSM) dan *cause related marketing* (CRM). Pada CSM, perusahaan memilih satu atau beberapa isu—biasanya yang terkait dengan produknya—yang bisa disokong penyebarluasannya di masyarakat, misalnya melalui *media campaign*.

Dengan terus menerus mendukung isu tersebut, maka semakin lama konsumen akan mengenali perusahaan tersebut sebagai perusahaan yang memiliki kepedulian pada isu itu. Segmen tertentu dari masyarakat kemudian akan

melakukan pembelian produk perusahaan dengan pertimbangan kesamaan perhatian atas isu tersebut. Perusahaan menyatakan akan menyumbangkan sejumlah dana tertentu untuk membantu memecahkan masalah sosial atau lingkungan dengan mengaitkannya dengan hasil penjualan produk tertentu atau keuntungan yang mereka peroleh. Biasanya berupa pernyataan rupiah per produk terjual atau proporsi tertentu dari penjualan atau keuntungan. Dengan demikian, segmen konsumen yang ingin menyumbang bagi pemecahan masalah sosial dan atau lingkungan, kemudian tergerak membeli produk tersebut. Mereka merasa bisa berbelanja sekaligus menyumbang. Perusahaan yang bisa mengkampanyekan CSM dan CRM-nya dengan baik akan mendapati produknya lebih banyak dibeli orang, selain juga mendapatkan citra sebagai perusahaan yang peduli pada isu tertentu.

Ijin Usaha

Perusahaan selalu berupaya agar menghindari gangguan dalam usahanya melalui perpajakan atau peraturan. Dengan melakukan sesuatu ‘kebenaran’ secara sukarela maka mereka akan dapat meyakinkan pemerintah dan masyarakat luas bahwa mereka sangat serius dalam memperhatikan masalah kesehatan dan keselamatan, diskriminasi atau lingkungan hidup maka dengan demikian mereka dapat menghindari intervensi.

Perusahaan yang membuka usaha diluar negara asalnya dapat memastikan bahwa mereka diterima dengan baik selaku warga perusahaan yang baik dengan memperhatikan kesejahteraan tenaga kerja dan akibat terhadap lingkungan hidup, sehingga dengan demikian keuntungan yang menyolok dan gaji dewan direksinya yang sangat tinggi tidak dipersoalkan.

Motif Perselisihan Bisnis

Kritik atas CSR akan menyebabkan suatu alasan dimana akhirnya bisnis perusahaan dipersalahkan. Contohnya, ada kepercayaan bahwa program CSR seringkali dilakukan sebagai suatu upaya untuk mengalihkan perhatian masyarakat atas masalah etika dari bisnis utama perseroan.

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Alasan menggunakan sampel dari perusahaan manufaktur karena perusahaan tersebut lebih banyak mempunyai dampak terhadap lingkungan di sekitarnya, sebagai akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan. Di samping itu, industri manufaktur merupakan industri dengan jumlah perusahaan terbanyak dibandingkan industri lainnya. Pemerintah mengeluarkan UU No. 40 tentang perseroan terbatas, dan UU No. 25 tentang penanaman modal yang di dalamnya mencakup tentang kewajiban pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

Dalam penelitian ini jenis data yang dipakai adalah data primer dan data sekunder yang berupa dokumen-dokumen, keterangan-keterangan baik tertulis, pemikiran, hasil interpretasi, dan sebagainya. Dalam objek penelitian dengan cara mengumpulkan dan menganalisis data yang ada, sehingga menemukan hasil berupa kesimpulan yang dapat dijadikan saran di masa yang akan datang. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini secara deskriptif analitis. Deskriptif analitis adalah metode analisis yang menggambarkan suatu keadaan

secara objektif, sehingga memperoleh penyelesaian dari suatu masalah yang dihadapi oleh perusahaan (Eni 2009)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Singkat

PT. Djarum merupakan salah satu dari tiga perusahaan rokok terbesar di Indoensia (dua lainnya adalah Gudang Garam dan HM Sampoerna) dan merupakan penyumbang cukai yang besar bagi APBN Indonesia. Sejarah Djarum berawal saat Oei Wie Gwan membeli usaha kecil dalam bidang kretek bernama Djarum Gramophon pada tahun 1951 dan mengubah namanya menjadi Djarum. Oei mulai memasarkan kretek dengan merek “Djarum” yang ternyata sukses di pasaran. Setelah kebakaran hampir memusnahkan perusahaan pada tahun 1963 (Oei meninggal tak lama kemudian), Djarum kembali bangkit dan memodernisasikan peralatan di pabriknya. Pada tahun 1972 Djarum mulai mengeskpor produk rokoknya ke luar negeri. Tiga tahun kemudian Djarum memasarkan Djarum Filter, merek pertamanya yang diproduksi menggunakan mesin, diikuti merek Djarum Super yang diperkenalkan pada tahun 1981.

Lokasi Kerja Djarum tersebar di 76 Lokasi,dengan pembagian 70 lokasi di Kudus, 3 lokasi di Pati, 1 lokasi di Rembang, dan 2 lokasi di Jepara.Kehadiran Djarum di Kudus memberikan kesempatan pada masyarakat utamanya dalam penyediaan lapangan kerja. Karyawan yang dimiliki PT.Djarum berjumlah 74.920 (Januari 2007) karyawan ,dan hampir 90% para karyawan adalah masyarakat Kudus.

Produk Djarum terbagi dalam 2 sistem. Pertama ,Sigaret Kretek Tangan (SKT), Produk Djarum Sigaret Kretek Tangan yaitu Djarum 76 dengan Djarum 12. Kedua ,Sigaret Kretek Mesin (SKM) Djarum Super, La Lights, Djarum Black, Djarum Mezzo. Tembakau dan Cengkeh yang digunakan adalah tembakau yang berkualitas, dari berbagai daerah di Indonesia. Untuk bahan baku Tembakau yang digunakan berasal dari Weleri, Mranggen, Muntilan, Temanggung, Bojonegoro, Jember, Madura, Lombok. Tembakau ini akan digunakan setelah melalui proses pematangan selama 2 tahun. Bahan Baku yang kedua adalah cengkeh, cengkeh yang digunakan berasal dari Jawa, Bali, Aceh, Ambon, Manado dll. Dan proses pematangan memakan waktu 1 tahun

Program Corporate Social Responsibility PT. Djarum

1. Program Djarum Foundation

Djarum Foundation didirikan 30 April 1986 oleh generasi penerus, Michael Bambang Hartono dan Robert Budi Hartono. Djarum Foundation berpegang pada filosofi “Lahir Dari Dalam dan Berkembang Bersama Lingkungan.” Berangkat dari dasar hidup tersebut, Djarum berusaha mencapai tujuannya, yaitu untuk menjadi institusi yang terbaik dalam memajukan Indonesia sebagai negara yang digdaya seutuhnya di bidang sosial, olahraga, lingkungan, pendidikan, dan budaya.

Djarum Foundation dibangun sebagai bentuk konsistensi Bakti Pada Negeri, untuk turut serta menjadi bagian membangun Negeri Indonesia yang bukan saja kuat secara ekonominya tapi juga membanggakan dalam prestasi olahraga, prestasi akademis, menjaga

kelestarian lingkungan dan kekayaan budayanya demi terwujudnya kualitas hidup Indonesia di masa depan yang lebih baik dan bermartabat.

Djarum Foundation yaitu Djarum Bakti Pendidikan berperan aktif memajukan pendidikan melalui pembudayaan dan pemberdayaan mahasiswa berprestasi tinggi, dalam berbagai pelatihan soft skills untuk membentuk manusia Indonesia yang disiplin, mandiri dan berwawasan masa depan serta menjadi pemimpin yang cakap intelektual, emosional dan spiritual.

2. Bakti Sosial Djarum Fondation

Kegiatan Bakti Sosial dilaksanakan dengan beragam kegiatan yang bermanfaat untuk masyarakat dan kemanusiaan. Donor Darah, merupakan kegiatan rutin per tiga bulan, kemanusiaan yang diikuti karyawan Djarum bekerjasama dengan PMI. Dukungan karyawan terhadap kegiatan Donor Darah yang mengumpulkan ribuan kantong darah ini, sangat berguna bagi kelangsungan pasien. Selain kegiatan rutin donor darah, perhatian pada kondisi situasional seperti bencana alam juga menjadi perhatian.

3. Bakti Olahraga Djarum Fondation

Perkumpulan Bulutangkis Djarum (PB Djarum) lahir di kota Kudus, Jawa Tengah. Dan dari sinilah denyut bulutangkis di Kudus mulai terasa berdegup keras. PB Djarum pun terus berusaha membumikan bulutangkis, sebagai olahraga yang dapat membawa nama besar ibu pertiwi di kancah dunia. Prestasi demi prestasi pun mulai nampak dan mengalir semakin deras. Melalui pembibitan, permasalahan dan pembinaan yang serius, PB Djarum berhasil melahirkan atlet-atlet bulutangkis kelas

dunia. Sebutlah Liem Swie King, Kartono, Christian Hadinata, Hastomo Arbi, Hadiyanto, Heryanto, dan Hadibowo, yang dijuluki “The Magnificent Seven of Djarum” saat merebut Piala Thomas 1984 – di era 1970 hingga 1980-an. Kemudian ada Ivana Lie, Kho Mei Hwa dan Ho Djay Ging di sektor putrinya.

PT. Djarum secara rutin melakukan seleksi audisi umum 1 kali dalam setahun, di setiap musim liburan sekolah anak-anak. Audisi umum ini dilakukan untuk mencari bibit bulutangkis yang berpotensi di usia 10-15 tahun. Pendaftar yang memenuhi persyaratan boleh mengikuti audisi umum tanpa dipungut biaya. Untuk mengembalikan kejayaan bulutangkis Indonesia, program Bakti Olahraga Djarum Foundation menyelenggarakan kegiatan Djarum Badminton All Stars di daerah yang berbeda setiap kali penyelenggaraan. Kegiatan ini diisi dengan *coaching clinic* untuk atlet pemula dan pelatih lokal yang memaparkan hal-hal mendasar dalam melatih seorang atlet dan memolesnya untuk menjadi seorang juara serta pertandingan eksebisi yang menampilkan legenda PB Djarum, atlet PB Djarum yang masih aktif dan atlet lokal.

Djarum memberikan sumbangan yang begitu besar, berupa pembangunan GOR Bulutangkis. GOR ini memiliki luas 29.450 meter persegi di atas lahan seluas 43.207 meter persegi, dana yang dihabiskan Rp. 30 miliar. Bahkan, gedung ini merupakan yang terbaik di Asia Tenggara. Gedung ini memiliki bangunan terpadu yang bergaya arsitektur minimalis dengan ruang kantor, lapangan bulutangkis (16 lapangan), ruang makan, pertemuan, audio visual, perpustakaan, komputer dan fitnes.

Masih dalam bidang olahraga Djarum juga memberikan dukungan dan pengembangan persepakbolaan Indonesia dengan program LIGA DJARUM. Djarum mensponsorinya dengan dana lebih kurang 35 miliar. Ini diharapkan minat masyarakat akan olahraga ini semakin meningkat.

4. Bakti Lingkungan Djarum Fondation

Pada tahun 1979, Djarum telah mengelola usaha pelestarian lingkungan, menciptakan keteduhan, melestarikan ekosistem lokal, mencegah erosi tanah dan untuk membantu resapan air. Ribuan jenis tanaman peneduh telah ditanam, dan usaha tersebut berkembang luas juga menjangkau sebagian besar wilayah pulau Jawa bagian tengah. Selama tahun 2010, melalui program Djarum Trees For Life, kami telah berhasil menyelesaikan penanaman tahap pertama yaitu sebanyak 2.767 pohon Trembesi di sepanjang jalur Kudus-Semarang. Sementara pada tahun 2011, penanaman dilanjutkan sebanyak 7.300 pohon Trembesi di sepanjang turus jalan Semarang-Losari.

Guna menjamin kesinambungan kegiatan pelestarian lingkungan hidup dalam lingkungan global, salah satu usaha yang dilakukan adalah mendirikan Pusat Pembibitan Tanaman (PPT) termasuk tanaman langka yang dikelola secara intensif. Hal ini dilakukan untuk menjaga kelestarian alam, yang diharapkan dengan upaya pembibitan tanaman langka ini, Djarum Trees For Life dapat turut menjadi bagian dalam usaha mencegah dan mempertahankan kelestarian tanaman langka agar terjaga dari kepunahan.

Djarum membangun tempat khusus Green Plants Cultivation o Seedlings Center, tempat ini dibangun pada tahun 1984, digunakan untuk pembudidayaan bibit-bibit tanaman, baik itu tanaman berupa buah-buahan, hias, tanaman langka, bahkan tanaman dari negara lain pun di kembangbiakkan. Masyarakat dapat memperoleh bibit itu secara gratis.

Hal yang membuat tercengang, kesalutan dan kekaguman. Pertama djarum menyusun suatu konsep pembelian buah dari masyarakat. Prosesnya yaitu, bibit buah yang diberikan secara gratis kepada masyarakat, ketika telah berbuah atau panen .dan tak dapat menghabiskan buah tersebut masyarakat dapat menjual hasil panen tersebut kepada Djarum dengan harga yang rendah, inilah konsep yang sangat baik, secara langsung masyarakat dapat memanfaatkan pekarangan kosong yang dimilikinya. Kedua. Setiap masyarakat, baik itu keorganisasian dll yang ingin melakukan penghijauan, bibit penghijauan diberikan secara cuma-cuma.

5. Bakti Pendidikan Djarum Fondation

Sejak tahun 1984, Djarum Beasiswa Plus secara konsisten berperan aktif memajukan pendidikan melalui pembudayaan dan pemberdayaan mahasiswa berprestasi tinggi, dalam berbagai pelatihan *soft skills* untuk membentuk manusia Indonesia yang disiplin, mandiri dan berwawasan masa depan serta menjadi pemimpin yang cakap intelektual dan emosional. Para calon penerima Djarum Beasiswa Plus tersebut diseleksi secara ketat dan harus memenuhi persyaratan *Intelligence Quotient* (IQ) dan *Emotional Quotient* (EQ), sehingga mereka memiliki kecerdasan emosional dalam proses meraih prestasi.

Selain mendapat bantuan biaya pendidikan, para penerima Djarum Beasiswa Plus (Beswan Djarum) juga menerima manfaat lain berupa program pelatihan *soft skills*, yang merupakan kelebihan dari Program Djarum Beasiswa Plus, yaitu dengan mengikuti pelatihan mengenai wawasan kebangsaan, pengembangan karakter, kepemimpinan, kreatifitas, serta beberapa kegiatan lain dalam bidang sosial, lingkungan, pendidikan, dan budaya. Tujuannya, tidak lain agar para Beswan Djarum kelak bisa menjadi manusia Indonesia yang disiplin, mandiri dan berwawasan masa depan sebagai calon pemimpin bangsa.

Selain memberikan program beasiswa Djarum Beasiswa Plus kepada mahasiswa strata satu berprestasi tinggi, melalui Djarum Bakti Pendidikan, kami juga memberikan bantuan pendidikan kepada Sekolah atau Perguruan Tinggi dan juga program pelatihan yang dapat membekali para mahasiswa berprestasi tinggi untuk memasuki dunia kerja, yang antara lain adalah: Road to Campus, Bantuan Fasilitas Pendidikan Universitas Muria Kudus, Bantuan Fasilitas Pendidikan Universitas Diponegoro, Bantuan Pendidikan Universitas Paramadina, Bantuan Lembaga Perguruan Taman Taruna Nusantara

6. Bakti Budaya Djarum Fondation

Sejak tahun 1992, melalui program Djarum Apresiasi Budaya, Djarum telah menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, antara lain Bengkel Teater Rendra, Teater Koma, Putu Wijaya, Teater Mandiri, Butet Kartaredjasa, Teater Gandrik, dan lain-lain. Memasuki tahun 2011, Djarum Bakti Budaya melakukan berbagai usaha untuk memperkenalkan,

mengembangkan dan memelihara warisan luhur budaya bangsa, antara lain menggandeng Perkumpulan Rumah Pesona Kain, menyelenggarakan Pesona Batik Kudus, yaitu suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengangkat daya apresiasi terhadap hasil kerajinan asli Indonesia yang sudah nyaris punah dan pembinaan terhadap pembatik Kudus. Usaha ini dilakukan untuk melestarikan Batik Kudus dan membantu meningkatkan industri batik di kota Kudus.

Program untuk meningkatkan apresiasi terhadap seni sastra juga dibangun, antara lain bekerjasama dengan Yayasan Lontar menerbitkan Seri buku Modern Library of Indonesia, yaitu berupa terjemahan karya-karya sastra Indonesia ke dalam bahasa Inggris supaya karya tersebut dapat dibaca dan dikenal oleh masyarakat internasional. Dukungan terhadap perkembangan seni rupa juga semakin digiatkan. Selain mendukung event seni rupa, kami juga bekerjasama dengan Rudi Mantofani dalam mewujudkan pendirian Sculpture Super Smash, sebuah karya fenomenal yang dibangun di depan GOR Bulutangkis Djarum, Jati, Kudus. Diharapkan monumen ini dapat memberikan inspirasi bagi generasi muda untuk meraih prestasi tertinggi demi bakti pada negeri.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan yaitu, *Corporate Social Responsibility* pertama kali yang dilaksanakan oleh PT. Djarum adalah program Djarum foundation yang didirikan pada 30 april 1986 oleh generasi penerus yaitu Michael Bambang Hartono dan Robert Budi Hartono. CSR

yang dilakukan oleh PT Djarum bentuknya beragam sehingga secara tidak langsung menjadi kekuatan bagi PT. Djarum dalam melaksanakan usahanya tersebut. Bentuk program *Coorporate Social Responsibility* (CSR) yang telah terlaksanakan diantaranya yaitu :

a. Program Djarum Fondation

Djarum Foundation dibangun sebagai bentuk konsistensi Bakti Pada Negeri, untuk turut serta menjadi bagian membangun Negeri Indonesia yang bukan saja kuat secara ekonominya tapi juga membanggakan dalam prestasi olahraga, prestasi akademis, menjaga kelestarian lingkungan dan kekayaan budayanya demi terwujudnya kualitas hidup Indonesia di masa depan yang lebih baik dan bermartabat.

b. Bakti Sosial Djarum Fondation

Kegiatan Bakti Sosial dilaksanakan dengan beragam kegiatan yang bermanfaat untuk masyarakat dan kemanusiaan.

c. Bakti Olahraga Djarum Fondation

PT. Djarum berusaha membumikan bulutangkis, sebagai olahraga yang dapat membawa nama besar ibu pertiwi di kancan dunia.

d. Bakti Lingkungan Djarum Fondation

Pada tahun 1979, Djarum telah mengelola usaha pelestarian lingkungan, menciptakan keteduhan, melestarikan ekosistem lokal, mencegah erosi tanah dan untuk membantu resapan air dan selama tahun 2010, melalui program Djarum Trees For Life, Djarum telah berhasil menyelesaikan penanaman tahap pertama yaitu sebanyak 2.767 pohon Trembesi di sepanjang jalur Kudus-Semarang. Sementara pada tahun 2011, penanaman

dilanjutkan sebanyak 7.300 pohon Trembesi di sepanjang turus jalan Semarang-Losari.

e. Bakti Pendidikan Djarum Fondation

Sejak tahun 1984, Djarum Beasiswa Plus secara konsisten berperan aktif memajukan pendidikan melalui pembudayaan dan pemberdayaan mahasiswa berprestasi tinggi, dalam berbagai pelatihan *soft skills* untuk membentuk manusia Indonesia yang disiplin, mandiri dan berwawasan masa depan serta menjadi pemimpin yang cakap intelektual dan emosional.

f. Bakti Budaya Djarum Fondation

Sejak tahun 1992, melalui program Djarum Apresiasi Budaya, Djarum telah menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, antara lain Bengkel Teater Rendra, Teater Koma, Putu Wijaya, Teater Mandiri, Butet Kartaredjasa, Teater Gandrik, dan lain-lain dan memasuki tahun 2011, Djarum Bakti Budaya melakukan berbagai usaha untuk memperkenalkan, mengembangkan dan memelihara warisan luhur budaya bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Achda, B. Tamam. 2008. Konteks Sosiologis Perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Implementasinya di Indonesia.
- Anonim. 1997. *Pelestarian Lingkungan PT Djarum*. Kudus.
- Budimanta, Arif. Prasetijo, Adi. Rudito, Bambang. 2008. *Corporate Social Responsibility Alternatif Bagi Pembangunan Indonesia*. Jakarta : Indonesia Center for Sustainable Development (ICSD).
- Carroll, A.B. (1971). *A Three-Dimensional Conceptual Model Of Corporate social Performance*. Academy of Management Review, vol. 4 no. 4, pp. 497-505.
- Eni Ramayanti BR Jawak. 2009. Penerapan Tax Planning atas Pajak Penghasilan Badan pada PT. Agricon Putra Citra Optima Cabang Medan. *Skripsi*. Medan: Program Strata 1 Universitas Sumatera Utara.
- Koesnadi Hardjasoemantri. 2005. *Hukum Tata Lingkungan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Cet. Ke-18. Hlm. Hlm. 15.
- Lantos, G. P. 2002. "The ethicality of altruistic corporate social responsibility", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 19 No. 3, pp. 205-230.
- Midgley, James. 2003, *Growth, Redistribution, and Welfare*, Toward Social Investment, dalam Dhaniswara K. Harjono, 2007, *Hukum Penanaman Modal*, Jakarta: Rajawali Press. Hlm. 67.
- Mulyana, Deddy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Yusuf Wibisono. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik : Fascho Publishing.
- Hardjasoemantri, Koesnadi, 1990, *Hukum Tata Lingkungan*. Yogyakarta: Penerbit Gajah Mada University.